

La stratégie structurée de Flexson génère un ROAS de 500%

Flexson produit des accessoires de haute qualité pour les produits Sonos, et développe des solutions innovantes aux problèmes les plus courants.

Toujours à l'affût de nouvelles opportunités, Flexson a été l'une des premières marques à adopter l'ensemble des solutions offertes par annonces sponsorisées, dans l'optique de booster ses ventes de supports sur pied, supports muraux, etc.



« Nous visons à présenter nos produits à des clients potentiels à chaque étape du parcours d'achat. Annonces sponsorisées nous permet de toucher chacun d'entre eux, des clients existants en quête de nouveaux accessoires, à ceux qui ne connaissent pas encore la marque Sonos », explique Behcet Sevdali, Directeur produit de Flexson.

Partir sur de bonnes bases

Flexson doit sa réussite à sa capacité à structurer et à systématiser sa stratégie sur annonces sponsorisées. Cette stratégie vise à maximiser la couverture tout en réduisant le temps consacré à l'optimisation des campagnes.

Flexson utilise les trois solutions publicitaires d'annonces sponsorisées: Sponsored Products, Sponsored Brands et Product Display. Chaque solution ciblant différents emplacements sur Amazon.co.uk, Flexson peut ainsi maximiser ses impressions.

Flexson's
annonces sponsorisées
points forts



500%

ROAS au Royaume-Uni



12,5 millions

Impressions d'annonce en 2017

La marque crée plusieurs campagnes avec chacune des solutions, afin de promouvoir différents produits et d'affiner le ciblage. Par exemple, en 2017, Flexson a promu ses supports sur pied à l'aide d'une campagne Sponsored Products ciblant des mots-clés contenant la marque, ainsi que d'une campagne Sponsored Brands ciblant des mots-clés complémentaires. Cette approche permet à Flexson de définir ses enchères par mot-clé avec flexibilité et précision, et d'obtenir facilement des rapports par gamme de produits ou par stratégie de ciblage.

« Notre processus systématique de création de campagnes nous évite de devoir constamment réinventer la roue », explique Behcet Sevdali.

« **Annonces sponsorisées nous permet de toucher chacun d'entre eux, des clients existants en quête de nouveaux accessoires, à ceux qui ne connaissent pas encore la marque Sonos.** »

Behcet Sevdali, Directeur produit de Flexson

Construire sur des bases solides

Avec l'expérience, Flexson a constaté que pour maximiser les performances des campagnes, il est essentiel de les optimiser plusieurs fois par semaine. La marque évalue régulièrement ses performances afin de garder la main sur les mots-clés les plus importants, de suspendre les termes sous-performants, et d'augmenter les enchères associées aux mots-clés les plus efficaces.

Flexson exécute des campagnes Sponsored Products à ciblage automatique et à ciblage manuel. Les campagnes à ciblage automatique permettent d'analyser les requêtes client. Tous les mois, la marque télécharge le rapport relatif aux requêtes client, et vérifie que ses campagnes couvrent l'ensemble des termes listés. Les mots-clés les plus performants sont ajoutés aux campagnes à ciblage manuel.

Capitaliser sur la réussite

La stratégie de Flexson s'avère payante. En 2017, la marque a obtenu un retour sur dépense publicitaire (ROAS, Return On Ad Spend) de 500% au Royaume-Uni. Cette année-là, les campagnes de Flexson ont généré plus de 12,5 millions d'impressions, toutes solutions publicitaires confondues.

La marque a appliqué la même stratégie sur d'autres sites européens d'Amazon. Elle a eu recours à des services de traduction professionnels pour transposer ses mots-clés, afin de créer des campagnes dans tous les pays couverts par annonces sponsorisées.

« Annonces sponsorisées aujourd'hui au cœur de la stratégie digitale de Flexson. Il s'agit d'une solution complète, qui permet de générer efficacement de la demande et des conversions », conclut Ali Ameen, Directeur marketing eCommerce pour la zone Europe.